



CONVIDA

Nutre tu existir

**Campaña de sensibilización, concientización e información de buenos hábitos alimenticios llevados con una vida más saludable
Para Estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana Cali**

Jessica Gomez Giraldo

Diseñadora de Comunicación Visual

Proyecto Avanzado de Diseño Pontificia Universidad Javeriana Cali 2014-1

INTRODUCCIÓN

En el siguiente documento está toda la investigación y el proceso de desarrollo relacionado con la propuesta de campaña CONVIDA. En el encontrará un análisis de la marca de la campaña y el desarrollo de una propuesta estratégica para la difusión y el éxito de esta. Este trabajo ha sido realizado por Jessica Gomez Giraldo durante la clase de Proyecto Avanzado de Diseño en la Pontificia Universidad Javeriana Cali, con asesoría de la profesora Ángela Sánchez.

TEMA

Desarrollar de una propuesta de diseño para una campaña de concientización en jóvenes estudiantes de la Universidad Javeriana Cali hacia el tema de la buena alimentación y la inclusión de estos en el tema.

Este tema se abordó a través de entrevistas, encuestas y observaciones hechas a los estudiantes tomando en cuenta lo que quieren, creando y comunicando de una forma en la que ellos sientan que es la mas cercana y correcta, no tratando de imponerlo si no presentándoles una buena alternativa de vida. Abordándolo y comunicándoselos de una manera rica y fácil de lo que es buena alimentación tanto dentro de la Universidad Javeriana como en sus hogares.

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas se reveló el hecho de que los jóvenes no son conscientes de cuan egoístas se comportan con su propio cuerpo, ese mismo que utilizan para todo. Según estudios la mayor parte de enfermedades se desarrollan durante la niñez y adolescencia pero vienen a manifestarse cuando se alcanza una edad adulta. Entre un 15 a 18%, de jóvenes tienen algún tipo de enfermedad relacionada con una mala alimentación y un mal asesoramiento referente al tema de la alimentación según el ENSIN(2010). Es por esto que el interés de los estudiantes y la falta de conocimiento e información de los

mismo llevan a la realización de un proyecto que tiene como estrategia de comunicación el sensibilizar, comunicar e informar datos e información contundentes que harán que los interesados por la campaña entiendan los diferentes beneficios que una alimentación saludable trae para sus vidas, logrando de esta forma generar una conciencia de malos hábitos modificables.

EL problema radica en la falta de consciencia que tienen los estudiantes sobre lo que es realmente la comida saludable y los beneficios que puede traer a su vida. Se involucra la creación de una estrategia de comunicación que genere conciencia al individuo, logrando llamar la atención de los jóvenes, y esperando que genere una respuesta positiva de adopción de hábitos de respeto frente a su propio cuerpo.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar una estrategia de diseño de comunicación visual que promueva hábitos de vida saludable frente al tema de la alimentación en jóvenes universitarios.

Objetivos específicos

- Identificar la necesidad de los estudiantes en relación con la alimentación dentro de la Universidad; y visualizar cuales son los elementos positivos y negativos que las opciones de la universidad ofrece.
- Definir las ventajas de una buena alimentación para los jóvenes estudiantes y cómo esto influye en el ámbito estudiantil.
- Analizar hacia que medios de comunicación se sienten mas atraídos los jóvenes estudiantes y cual es su repercusión en ellos.

JUSTIFICACIÓN

A la pregunta que yo misma llevé a plantearme al empezar a redactar esto, ¿por qué una obra de nutrición en jóvenes universitarios puede ser importante?, no lograba encontrarle un mejor sentido que el pensar que vivimos porque comemos, pero la verdad es que no vivimos para comer, comemos para vivir, y de ahí viene el tema de que es necesario estar alimentados para poder vivir. Por lo tanto la subsistencia del hombre sobre la tierra, depende de su nutrición. Lo cual no es algo nuevo para nadie.

La situación nutricional de una población refleja en gran medida su nivel de bienestar y puede ser utilizada para identificar inquietudes que podrían afectar su productividad. La indagación mas reciente a la que se tiene acceso es de la Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia 2010 (ENSIN) de la cual obtenemos los siguientes resultados:

- 19% de la mortalidad es atribuible a problemas de nutrición. • 27,9% de los adultos jóvenes colombianos no incluyen ninguna verdura en su alimentación diaria y 35,3% no incluyen alguna fruta.
- 46% de los Colombianos padecen obesidad.
- La prevalencia de obesidad es casi el doble en mujeres con el 16,6%, mientras que en los hombres es de 8,8%.

Por otro lado, según el ENSIN (2010) el concepto de seguridad alimentaria y

nutricional está definido por siguientes ejes que se deben tener muy en cuenta a la hora de consumir alimentos:

1. Disponibilidad, referida a la cantidad de alimentos con los que se cuenta a nivel nacional, regional y local, está relacionada con suministro suficiente frente a los requerimientos de la población y depende fundamentalmente de la producción y la importación.
2. Acceso, referido a los alimentos que puede obtener o comprar una familia, una comunidad o un país (en este caso comunidad), es la posibilidad de todas las personas de alcanzar una alimentación adecuada y sostenible.
3. Consumo, referido a los alimentos que comen las personas, y la selección, las creencias, las actitudes y las prácticas alimentarias.
4. Aprovechamiento o utilización biológica, alude a cómo y cuánto aprovecha el cuerpo humano los alimentos que consume y como los convierte en nutrientes para ser asimilados por el organismo.
5. Calidad e inocuidad, referidas al conjunto de características de los alimentos que garantizan que sean aptos para el consumo humano, exigen el cumplimiento de una serie de condiciones y medidas necesarias durante la cadena agroalimentaria hasta el consumo y su aprovechamiento, asegurando que una vez ingerido no representan un riesgo.

Después de revisar los datos estadísticos arrojados por ENSIN (2010), es notable el problema de alimentación por el cual atraviesa el país manifestándose en edades adultas pero comenzando desde que son jóvenes.

Es importante recordar que esto está generando un caso de enfermedad a nivel nacional, como es la mala nutrición. Y las personas solo buscan ayuda cuando su salud se encuentra en un estado notablemente afectado y de deterioro, hasta el punto de padecer dolores físicos. Por este motivo el enfoque de este proyecto se centra en desarrollar una estrategia de comunicación visual la cual busca sensibilizar, concientizar e informar a los jóvenes universitarios sobre lo que deberían saber acerca de llevar una alimentación saludable; e interpretar por si mismos lo que su "propio mundo", el cuerpo, necesita para vivir de una manera equilibrada.

Conocerse es la base de la nutrición. Saber como reacciona el organismo ante uno u otro alimento es poder definir con exactitud lo que es bueno o malo para uno mismo; es al mismo tiempo poder modelar o modificar lo que somos. Pienso pues que a todos nos concierne profundamente el tema, pues cada persona es diferente y de ahí la imposibilidad de uniformar en forma de estándares alimenticios las necesidades reales de cada uno. Preocuparse de uno mismo con conocimiento de causa es el secreto de saber comer, por tanto, de saber vivir. (Enciclopedia de la Nutrición y la Dietética)

Podría hacerse una vaga conclusión de que lo importante no es tanto saber comer si no saber alimentarse pues la alimentación es la base clave de toda sociedad exitosa para subsistir y mantenerse saludable.

CONTEXTO DE LA NECESIDAD

Se han hecho una serie de encuestas, entrevistas y observaciones y se pudo constatar que los estudiantes de la Universidad Javeriana de Cali, han manifestado que se deberían incluir entre las opciones de servicio de alimentación, lugares de

comida saludable que beneficie la población estudiantil. Ante esto surge la necesidad de implementar un proyecto enfocado en crear una alternativa saludable y nutritiva, incentivada por la misma comunidad académica, evidenciando el compromiso que tienen con sus estudiantes de ofrecer las mejores opciones para su bienestar. □ En la universidad el porcentaje de alumnos que trae almuerzos o loncheras “saludables” de sus casa es bajo, en comparación con aquellos que optan por comprar su comida en los espacios propios de la universidad □ o cercanos a ella; además la situación se hace más compleja, por desconocimiento de los estudiantes sobre lo que es realmente la comida saludable y los beneficios que puede traer a su vida. □ De alguna manera lo que hay en la percepción del estudiante, es que falta interés de la universidad en brindar apoyo, asesoría y espacios para quien tenga dudas acerca del tema. □ Como resultado de las encuestas realizadas, desde el año 2013 se viene dando una tendencia en los jóvenes por cuidar su salud y su figura, sin embargo la situación también radica en la accesibilidad que se tiene a través las redes sociales, las que incitan a creer en todo lo que ven y tomar caminos que en realidad no son saludables.

AUDIENCIA OBJETIVO

El proyecto va dirigido a Jóvenes Universitarios de la Pontificia Universidad Javeriana Cali-Colombia. Los cuales oscilan entre los 16 a 25 años de edad.

La universidad es un espacio en el que se pasa la mayor parte de la etapa estudiantil Universitaria, se podría decir que se pasa en la universidad una relación de 80% contra el 20% que se está en las casas; en la universidad se suelen cambiar muchos de los hábitos, entre ellos están los alimenticios.

La mayoría de los jóvenes recibe diariamente información que les llega de muchas fuentes: redes sociales, clases, televisión, amigos, entre otros. El problema radica en que no siempre esa información es la correcta para todo tipo de persona. Generalmente ese tipo de información que se ofrece no es completa, no es la adecuada para ellos, no es su caso, o simplemente no es. Los adolescentes consideran que están informados pero la realidad es que no lo están. Es muy común escuchar de casos que persisten en ideas erróneas y llevan prácticas inclusive peligrosas que llevan a correr riesgos que atenta contra la propia salud, pero esto podría corregirse si se les ofreciera una correcta y completa información sobre lo que una alimentación saludable implica.

Vivimos en una sociedad llena de comunicación, estamos en una era en la que los medios mandan □ y estamos constantemente bombardeados por información. Diariamente se recibe millones de noticias por diferentes medios, que atraviesan los 5 sentidos, por lo que se ven obligados a recibirla. Muchas de las campañas que diariamente se ven están dirigidas a los jóvenes. Y estos tienden a tener mas información por internet; que es la fuente de donde más se nutren estos.

En un análisis de medios realizado en la Pontificia Universidad Javeriana Cali(2014), se le preguntó □ a los jóvenes estudiantes si cuando hacían alguna búsqueda en internet tenían en cuenta que el sitio fuera confiable y el 50% respondió que sí y el otro 50% respondió que no, pero la conclusión de todos, es que la mayoría de veces creen en lo que ven en internet. Por lo que es posible decir que la generación actual es una de las más “automatizadas” de la historia; pues estos usan el internet para todo, lo que la palabra abarca, hacer, comprar, chatear con amigos, pasar su tiempo libre, hacer tareas, inclusive es por este medio por donde se informan si tienen alguna duda y muchas veces acuden a foros de respuestas y preguntas donde puede comentar cualquier persona. En promedio, los jóvenes universitarios pasan más de 16 horas por semana utilizando el internet. Dato obtenido de las encuestas realizadas a los

estudiantes (2014).

INVESTIGACIÓN

Según el ENSIN realizado en el año 2010, encontrado en la página del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) se toma por consideración y referente para el proyecto los siguientes datos:

- Uno de cada 2 colombianos presenta exceso de peso □ • Las cifras de exceso de peso aumentaron en los últimos cinco años en 5,3 puntos porcentuales
- el exceso de peso es mayor en las mujeres que en los hombres □ • los colombianos no practicamos una alimentación saludable.
- 1 de cada 3 colombianos no consumen frutas diariamente □ • 5 de cada 7 colombianos no consume hortalizas o verduras diariamente.
- 1 de cada 5 colombianos consume gaseosas diariamente y 1 de cada 2 lo consume semanalmente • 1 de cada 7 colombianos consume alimentos de paquete diariamente y 4 de cada 9 los consume semanalmente □ • 1 de cada 3 colombianos consume golosinas y dulces diariamente.
- aproximadamente el 3% de los colombianos consume algún alimento en la calle diariamente y □ el 25,3% lo hace diariamente, es decir que el 28,2% incorpora estos productos en su alimentación diaria o semanal.
- 2 de cada 5 jóvenes con exceso de peso consideran que tienen un peso normal o se perciben delgados □ • el 36,4% de los jóvenes, que son delgados según su IMC, se percibió normal o con exceso de peso.
- el 22,2% de los jóvenes delgados considera que está normal o tiene exceso de peso □ • los hombres presentan mayor subestimación de IMC y las mujeres más lo sobreestiman.
- el 4,2% de los jóvenes reporta conducta de riesgo, especialmente ayunos prolongados con el propósito de perder peso o mantenerlo □ • el 7,8% de los jóvenes realizó alguna conducta de riesgo, como el uso de productos adelgazantes atentando contra su salud.

Conclusión: El exceso de peso en la población de jóvenes adultos muestra una tendencia al crecimiento. (IMC, Índice de Masa Corporal).

METODOLOGÍA

Para lograr los objetivos propuestos con este proyecto, se realizó un estudio tanto cualitativo como cuantitativo además de la recopilación de información a través e diferentes medios investigativos entre los que están el internet, libros, revistas, entrevistas, trabajos investigativos, documentos y encuestas ya realizadas por parte de el ENSIN (2010). □ El enfoque cualitativo, corresponde a un enfoque biográfico de acuerdo a los comentarios y las experiencias de los estudiantes Javerianos de Cali. La propuesta de campaña, pretende buscar recepción por parte los estudiantes, desarrollando medidas de sensibilización, concientización e información. □ El enfoque cuantitativo, corresponde a un enfoque de porcentajes, de acuerdo a las necesidades de □ los estudiantes, se pretende caracterizar practicas □ que promuevan la salud en los jóvenes estudiantes Javerianos de Cali a través de una alimentación saludable. Llegando a esto por medio de una investigación metodológica para lograr medidas de

análisis sobre comportamiento y preferencias de los jóvenes a la hora de alimentarse. □ Estos dos enfoques de análisis, permiten el reconocimiento de las tendencias generales de la población, detalles de los procesos, asertividad en □ las campañas a los que el grupo objetivo ha sido expuesto, entre otros. En este caso se buscan las tendencias generales y la aceptación hacia campañas de buena alimentación.

BENCHMARKING

Para la realización de la propuesta de diseño se buscaron diferentes referentes de campañas publicitarias, proyectos universitarios, entre otros, que estaban construidas con el mismo fin de sensibilizar, concientizar e informar a cierto grupo de personas. □ En ellas se buscó referente de la implementación del diseño gráfico, la manera en que se dirigen a su grupo objetivo, y la importancia e impacto que esta generaba para los mismos.

OSNAP (Out of School Nutrition and Physical □ Activity Initiative) (Fuera de la Escuela Iniciativa □ de Nutrición y actividad física) Harvard • Prohibir los alimentos con grasa. University □ Es un proyecto de la Universidad de Harvard, □ que trabaja con las escuelas en Massachusetts □ y Maine para mejorar la nutrición y las □ prácticas relacionadas con la actividad física.

Para Destacar: □ Los objetivos que se proponen con el proyecto, pues son todos relacionados con la nutrición y la buena alimentación en jóvenes.

- Incluir 30 minutos de actividad física moderada con diversión, para los niños todos los días y 3 veces de actividad física intensa a la semana. □ • Prohibir las bebidas endulzadas con azúcar que se sirven en la escuela.
- Ofrecer agua como bebida en la merienda todos los días. □ • Eliminar el uso de televisión, la radio comercial, películas, limitar el tiempo recreativo en el computador a menos de una hora al día.
- Ofrecer una opción de fruta o verdura todos los días.

Estilo gráfico: Va muy dirigida a niños de escuela por lo tanto maneja un lenguaje infantil con figuras por el mismo estilo

Eat Well and Keep Moving (Come Bien y Mantente en Movimiento) Harvard University

Es un programa que se usa en las escuelas de USA, que prepara a los niños con el conocimiento, las habilidades y ambiente de apoyo que necesitan para llevar una vida mas saludable al elegir una dieta nutritiva y ser físicamente activos.

Para Destacar: □ El programa pretende primero educar a los niños de los colegios para después si llevarlos a las prácticas de sensibilización y cambios de conducta involucrando a los padres de familia para que se convierta en un hábito para toda la vida y no solo en la escuela.

Estilo gráfico: Va muy dirigida a niños de escuela por lo tanto maneja un lenguaje infantil con personajes de escuela y coloreado toscamente.

**CHOICES (Childhood Obesity Intervention Cost-Effectiveness Study)
Intervención de Obesidad Infantil estudio coste-efectividad**

Este proyecto es una colaboración entre la Universidad de Harvard, el área de Salud Pública de la Universidad de Columbia y socios de investigación de la Universidad de Deakin y Queensland en Australia. Durante un período de tres años, las opciones de Equipo de Investigación evaluará la comparativa- efectividad y costo-efectividad de aproximadamente 40 intervenciones dirigidas a reducir la obesidad infantil, incluyendo cambios en las políticas y las intervenciones que se han identificado como eficaces.

Para Destacar: □ El trabajo investigativo del proyecto, que dura aproximadamente 3 años pero el último año se reservará para la difusión de los resultados generados a partir de las evaluaciones a los tomadores de decisiones, investigadores y profesionales.

Estilo gráfico: Maneja un lenguaje un tanto más serio ya que es en su mayor parte un proyecto investigativo, el lenguaje visual no es muy comunicativo.

Programa Elige Vivir Sano Gobierno de Chile

El programa lanzado por el gobierno de Chile busca contribuir a la instalación de prácticas de vida saludable en toda la población, con el fin de disminuir los factores y conductas de riesgo asociados a las Enfermedades Crónicas No Transmisibles.

Para Destacar: □ Los objetivos concretos del programa ya que todos giran en buscar una mejor salud por medio de la alimentación, recalando siempre que la salud va primero, por ende la alimentación también, y esto lo hacen por medio de una página web la cual brinda información actualizada al instante.

- Fomentar la alimentación saludable
- Potenciar la actividad física
- Difundir los beneficios de realizar actividades □ en familia
- Promover el contacto con la naturaleza, el respeto al medio ambiente y la vida al aire libre □ Estilo gráfico: La página web es muy blanca, con un ruido de fondo, maneja bien los espacios y es fácil encontrar los iconos de acuerdo a la preferencia □ de cada cual, tiene gran variedad de opciones para interactuar en ella y los colores de la página son verde y naranja, los cuales no concuerdan con el rojo y azul del logo que son los colores de la bandera de Chile.

Alimentacion.es Saber más Para Comer Mejor Gobierno de España

Es una campaña lanzada para los jóvenes en la que buscan informar a los jóvenes la importancia de cuidar su salud a través de su alimentación y rescatando sus raíces de cocina mediterránea ya que es uno de los estilos de cocina más saludables del mundo.

Para Destacar: □ Todo, pues el mensaje lo transmiten por medio de una página web la cual siempre está actualizada, □ es dinámico moderno e interactivo, busca ser un escaparate de alimentos, tienen temas semanales, tips de cocina, y lo más importante está dirigida a jóvenes.

Estilo gráfico: La página web es llena de información, pero bien situada, tienen destacados lo cual la hace más interesante, tiene la bandera de España encima del logo y una foto de paisajes de España al lado derecho lo cual no la hace muy

atractiva. Los íconos que manejan son muy interactivos y brindan gran variedad de opciones para navegar por ella.

PERSONALIDAD DE LA MARCA

Es una joven mujer de 21 años de edad, le gusta hacer deporte, alimentarse saludablemente y cuidar de su salud; le gusta sentirse bien consigo misma, los retos y es arriesgada en probar cosas nuevas. Siempre divirtiéndose sin exceder sus límites. Es una persona divertida, amable y tranquila, sin muchos afanes, suele preocuparse por los demás estando presente cuando la necesitan, lleva un estilo de vida equilibrado, come balanceado y se asegura de incluir nutrientes en todas sus comidas, pero cuando tiene un antojo se lo permite, ya que la vida se trata de balance; además de practicar deporte, le gusta el contacto con la naturaleza e interactuar con ella, suele salir a caminar cuando el tiempo se lo permite y los fines de semana, ya sea sábado o domingo, le gusta ir a trotar por el cerro. Dedicar su tiempo entre semana al estudio y los fines de semana a su familia y amigos. Le gusta conocer gente nueva y siempre comparte con los demás sus puntos de vista y su estilo de vida.

RESULTADOS

Alimentación saludable, un término muy de moda por estos días, pero siendo este utilizado muy erróneamente, pues la mayor parte de personas que lo usan es por que ellos creen que están alimentándose saludablemente por lo que escuchan, oyen o leen de fuentes como el internet, redes sociales, amigos, entre otros medios de auto-información. En un mundo saturado de información, y que la información llega por todos lados, se han perdido la mayor parte de valores morales y el encanto original que tiene esta; pues los canales de información ya no son confiables y cada día son menos fiables, se tiene la necesidad vaga de conocerse mejor, el de entender como nuestro cuerpo funciona y como lo podemos ayudar a que esto suceda, por eso es vital entender que la nutrición es saber vivir.

Comer es mucho mas que ingerir una ración de calorías. Diferentes niveles nutritivos hacen diversos tipos de hombre; por lo demás, el peso, la estatura y los parámetros fisiológicos en general definen muy insuficientemente al hombre "ideal", que es la ideología base con la que muchos llegan a casos extremos de riesgo contra su propio cuerpo. Por esto no podemos dejar de lado que alimentar es suministrar energía necesaria para el funcionamiento de alguna maquina, sistema o cuerpo. Y saludable significa provechoso con un fin en este caso, provechoso para el cuerpo humano.

En el visto caso de que gran parte de las enfermedades que los adultos sufren se han desarrollado en edades tempranas por una mala alimentación, es necesario generar una conciencia en los jóvenes de que la alimentación sana y la actividad física mejoran considerablemente la calidad de vida. Por lo menos 35 por ciento de los adolescentes tienen una percepción equivocada de lo que es un cuerpo normal, reveló un estudio del Grupo de Epidemiología de la Facultad de Medicina de la Universidad de los Andes (EPIANDES), este estudio concluyó que los jóvenes no correlacionan bien el tema, por lo que existe, y con conocimiento propio de los jóvenes, la necesidad de informarlos y guiarlos.

Visto lo anterior se concluye la importancia del proyecto para los jóvenes universitarios, ya que el 83 por ciento mostró algún tipo de interés en el tema y como crear hábitos saludables pueden generar grandes cambios en el actuar de las personas ya que es por pequeños cambios por donde se empieza para generar un equilibrio en la vida. En proyectos ya realizados que le aportan a este proyecto está el proyecto lanzado por el gobierno de España, Alimentación.es, y otro realizado por la

universidad de Harvard en Estados Unidos, OSNAP, el primero va dirigido a un público joven y les enseñan a estos la importancia de crear conciencia por los alimentos rescatando sus raíces de cocina mediterránea y el segundo busca enseñar pero más importante aun crear hábitos para llevar una vida saludable.

Los temas a tratar en la campaña son hábitos que generen salud en las personas, y ya que muchas veces no tenemos inculcados estos hábitos, se busca rescatarlos generando conciencia de la importancia de estos en nuestras vidas.

DESCRIPCION DE LOS REQUERIMIENTOS DEL DISEÑO

Es una campaña creada para generar conciencia en los estudiantes universitarios sobre la importancia de adquirir el hábito de una buena alimentación y los beneficios que esta tiene frente a diferentes aspectos de sus vidas.

Una campaña y una forma diferente para llegarle a los jóvenes, alejarlos de ese pensamiento aburrido de que la comida saludable es aburrida. Como sujeto principal se encuentran los jóvenes universitarios, y lo que se busca es que la campaña capte su atención, hable su idioma, y se sienta entendido por ellos. La estrategia cuenta con tres fases, la primera es sensibilizar y se busca hacerlo de una manera práctica y fácil e entender, por esto se realizó un conversatorio de nutrición con personas que tienen conocimiento y estudio en el tema, en este punto los jóvenes tuvieron la oportunidad de vivir una experiencia muy cercana al tema y sentir lo que la comida saludable es; la segunda fase es la de concientizar y por esto dentro del taller se darán charlas y se resolverán dudas que los jóvenes puedan tener respecto al tema, pero la charla no será un típico conversatorio, se llevará a cabo de un modo práctico a la vez para que los jóvenes puedan tomar consciencia de los alimentos y como estos funcionan y tienen diferentes reacciones en el cuerpo de las personas. Y por último esta la fase de informar, en la cual se busca atacar todas esas dudas e incertidumbres que se encuentran en la mente de los jóvenes y darles solución por medio de asesorías en el Centro de Bienestar, piezas gráficas que puedan portar y recurrir cuando tengan alguna duda.

El objetivo principal de la campaña es lograr demostrarles lo fácil y rico que es comer saludablemente y que esto se pueda convertir en un estilo de vida para siempre; de esta manera ganarán salud y sentirse bien con ellos mismos.

DESARROLLO DEL PRODUCTO

Convida logró, durante la durabilidad de este semestre académico (2014-1) recopilar una serie de información por parte de los estudiantes con la cual se llevo a cabo el desarrollo de diferentes piezas de diseño, siempre teniendo en cuenta los elementos a los que el grupo objetivo presenta mayor receptividad e interés, creando en ellos no solo la curiosidad sino la necesidad de informarse del tema.